

**L'intervista**

Federico Marchetti (Yoox): «A Bologna l'hub di arte informatica»

5

**L'indagine**

Distretto calzaturiero, Cna: «Un'azienda su due vede nero»

7

**La città**

Ravenna, orfana di Bizantini e Ferruzzi spera nel porto

10

CORRIERE IMPRESE

EMILIA-ROMAGNA

UOMINI, AZIENDE, TERRITORI

**L'analisi**

Adesso basta macchiette: il vino è cultura

di **Helmut Failoni**

Frequento il mondo della ristorazione e del vino professionalmente da ventisei anni (e per passione viscerale da molto di più). E ogni volta che metto le gambe sotto a un tavolo, ancora prima del menu, chiedo la carta dei vini. La sfoglio, ancora oggi con la curiosità infantile della scoperta, prima di tutto per vedere i ricarichi applicati e poi, da alcuni anni, per (ahimè) confermare per l'ennesima volta che e alla voce «Emilia-Romagna» solo in pochissimi ristoranti il numero delle aziende presenti equivale alla qualità che questa regione è in grado di proporre. Attenzione e ci tengo a dirlo. Pur vivendo in zona, non sono mai stato un campanillista. A me non interessa da dove viene un vino, mi interessa solo che sia buono. E sia l'Emilia che la Romagna (le separo volutamente, perché sono due universi vinicoli estremamente diversi tra loro) sono in grado, da anni oramai, di proporre bottiglie che nulla hanno a invidiare a quelle di altre zone d'Italia o del mondo, che si sanno proporre meglio sul mercato. Mi è capitato, nemmeno troppo tempo fa, di proporre ad amici stranieri cultori del vino, un assaggio in cieca di un Tauleto 2001 di Cesari. Il commento è stato: «Ci volevi fare il tranello eh? Hai aperto un bordeaux». Questo è uno dei numerosi esempi che potrei fare ai lettori su come il vino, il nostro vino, possa sbaragliare (in cieca) molti banchi di assaggio. Ma vi è mai capitato di assaggiare l'Albana Passito Scacco Matto di Fattoria Zerbina? Non è qui la sede.

continua a pagina 15



Assaggio
Il brindisi tra un produttore e un avventore all'ultima edizione di Enologica che da Faenza ha traslocato a Bologna

Non solo Tavernello

Il paradosso dell'Emilia-Romagna: secondo produttore di vino in Italia, sede dei due principali gruppi vinicoli, arranca nella fascia alta del mercato. Per Mediobanca è un limite alla redditività e all'export. Il direttore di Caviro contrattacca: «È una scelta strategica a vantaggio degli agricoltori». La sfida dei big prestati alla viticoltura

L'intervento

La ripresa dell'economia e il rilancio dell'occupazione con ricerca e sviluppo

di **Palma Costi**

La Regione Emilia-Romagna, da sempre leader nell'utilizzo dei Fondi Europei, ha dato il via all'attuazione del Por Fesr 2007-2013. Lo ha fatto con la pubblicazione di due bandi su ricerca e sviluppo, convinta della centralità di questo tema per lo sviluppo e la competitività dell'economia regionale.

Si tratta di due interventi che si inseriscono in una strategia iniziata nel 2003 e sostenuta da iniziative realizzate con risorse sia regionali che europee. Il nostro obiettivo è stato quello di

creare un ecosistema dell'innovazione, all'altezza della sfida globale e dell'economia della conoscenza.

In questi anni abbiamo creato una rete di strutture di ricerca industriale e una nuova generazione di ricercatori che hanno fatto proprio un nuovo modo di fare ricerca, fortemente orientato al rapporto con le imprese. Parallelamente, la spesa in ricerca e sviluppo delle imprese è salita fino a raggiungere i due terzi di una spesa in R&S pari all'1,63% sul Pil, che è ancora bassa se parametrata su un livello europeo, ma che è all'avanguardia nel nostro Paese.

I due bandi usciti nei giorni scorsi rappresentano anche un passaggio fondamentale delle politiche di sviluppo che vogliamo realizzare. E questo per alcune, e molto concrete, ragioni.

continua a pagina 15



Via Del Battirame, 8 - Bologna (BO)

Tel: 051 0363723 - Cell: 347 3559326

www.transvarco.com
info@transvarco.it

Chi siamo

Con sede a Bologna, la ditta di autotrasporti Transvarco opera in tutta l'Emilia Romagna e nel resto del territorio nazionale con il trasporto merci alimentari e non, con piccoli traslochi e con servizi di deposito merci.

Parco mezzi

Al fine di garantire sempre trasporti e spedizioni puntuali e sicure, il parco mezzi dell'azienda conta mezzi furgonati e telonati da

35 fino a 120 quintali, dotati di due assi con o senza sponda.

Deposito e stoccaggio merci

L'impresa dispone anche di un capannone per servizi di logistica e stoccaggio di merci in transito, ma anche per la distribuzione e il trasferimento di merci. E', inoltre, facilmente accessibile da grandi automezzi.



PRIMO PIANO

Siamo tra le regioni che produce di più (il 17%), ma gli enologi ci snobbano in Italia e anche all'estero

Vino, il **paradosso** emiliano-romagnolo



Pantini
La tradizione regionale è sempre stata orientata verso un uso quotidiano e popolare del vino e mai verso un consumo elitario

di **Simone Jacca**
e **Corrado Sorzini**

C'è voluto lo scandalo della Cantine Brusa di Dozza imolese per portare a galla tutte le contraddizioni del complicato rapporto fra uva e vino in Emilia-Romagna. Guardando i numeri all'ingrosso, infatti, la nostra sembrerebbe essere la regione del vino. Dal Sangiovese al Lambrusco, passando per il Trebbiano e l'Albana sono molte e abbondanti le produzioni autoctone. Anzi moltissime: per l'esattezza 6,7 milioni di ettolitri medi annui nel periodo 2009-2013 (dati Ismea), il 17% dell'intera produzione vinicola italiana. Secondi solo al Veneto e davanti a regioni molto più nobili come il Piemonte e la Toscana. Una filiera produttiva invidiabile e invidiata, con più di 25.000 aziende agricole (il 7% dell'industria nazionale) e 54.841 ettari di produzione de-

Filiera

Più di 25.000 aziende agricole e 54.841 ettari di superficie vitata (l'8% del totale)

dicata, equivalente all'8% del totale della superficie vitata del Belpaese.

Numeri grossi che si traducono in grossi fatturati. Nel 2013 la produzione regionale è arrivata a 1,6 miliardi di euro (dati Nomisma), il 14% dell'intero ricavato italiano. E l'Emilia-Romagna domina anche la classifica dei big del settore. L'ha stilata l'ufficio studi di Mediobanca appena qualche mese fa. In testa c'è, e di gran lunga, il consorzio cooperativo Cantine Riunite-Giv di Reggio Emilia con un fatturato 2014 di 536 milioni di euro; ma anche il secondo posto è nostro con l'altro consorzio cooperativo, stavolta «bianco» e romagnolo, Caviro, che fattura 314 milioni. Nell'Olimpo italiano del vino troviamo poi, all'undicesima posizione, la cooperativa Cevico di Lugo con 158 milioni; in 17esima Turrini Valdo di Riolo Terme con 85 milioni; in 23esima la Mgm di Forlì con 75 milioni. Tra le 25 maggio imprese italiane, sedicesima nel 2013, Mediobanca colloca anche la Cantine Brusa di Toscana di Dozza imolese con 92

La top 25 delle società vinicole in Italia

	Sede	FATTURATO TOTALE				
		2013	2014	Variazione%	Rank	
		milioni di euro	2014/2013	2013/2014	2013	2014
CANTINE RIUNITE & CIV (*) di cui: GIV - GRUPPO ITALIANO VINI (*) di cui: CANTINE RIUNITE & CIV (*)	Campegine (Re) Bardolino (Vr) Campegine (Re)	535 348 202	536 348 202	0,3 - -0,2	1 - -	1 - -
CAVIRO (*) Gruppo CAMPARI (divisione vini) (§)	Faenza (Ra) Milano	321 228	314 209	-2,0 -8,3	2 3	2 3
PALAZZO ANTINORI (*)	Firenze	172	180	4,8	4	4
MEZZACORONA (*) (*)	Mezzacorona (Tn)	163	171	5,0	5	5
FRATELLI MARTINI SECONDO LUIGI	Cossano Belbo (Cn)	157	160	1,8	6	6
CASA VINICOLA ZONIN (*)	Gambellara (Vi)	154	160	4,0	7	7
CAVIT CANTINA VITICOLTORI (*)	Ravina (Tn)	153	158	3,7	8	8
CASA VINICOLA BOTTER CARLO & C.	Fossalta di Piave (Ve)	136	136	0,3	9	9
ENOITALIA	Calmasino di Bardolino (Vr)	128	128	0,1	10	10
GRUPPO CEVICO (*) (*)	Lugo (Ra)	117	107	-8,3	11	12
CANTINA SOC. COOPERATIVA DI SOAVE (*) (*)	Soave (Vr)	103	102	-0,8	12	13
Gruppo SANTA MARGHERITA (*)	Fossalta di Portogruaro (Ve)	102	110	7,8	13	11
GIORDANO VINI	Diano D'Alba (Cn)	101	101	0,2	14	14
CONTRI SPUMANTI	Cazzano Di Tramigna (Vr)	92	82	-10,4	15	17
CANTINE BRUSA (*)	Dozza (Bo)	92	70	-23,2	16	22
CANTINE TURRINI VALDO & FIGLIO	Riolo Terme (Ra)	85	n.d.	n.d.	17	n.d.
LA VIS (*) (*)	Lavis (Tn)	85	89	5,2	18	15
COMPAGNIA DE' FRESCOBALDI (*)	Firenze	84	86	2,9	19	16
SCHENK ITALIA	Ora (Bz)	80	82	1,8	20	18
COLLIS VENETO WINE GROUP (*)	Monteforte D'Alpone (Vr)	78	75	-4,1	21	20
RUFFINO (*) (*)	Pontassieve (Fi)	75	81	8,4	22	19
MGM MONDO DEL VINO	Forlì	66	73	10,1	23	21
Gruppo BANFI (*)	Montalcino (Si)	66	68	3,3	24	23
MASI AGRICOLA (*)	S. Ambrogio Di Valpolicella (Vr)	65	60	-7,1	25	24

(§) Divisione vini i cui dati sono inclusi solo parzialmente nell'aggregato. Il Gruppo produce e commercializza in Italia e all'estero i prodotti a marchio «Riccadonna», «Cinzano» (vermouth e spumanti) e gli spumanti a marchio «Mondoro» e «Odessa». Il Gruppo produce e commercializza inoltre i prodotti a marchio «Sella & Mosca», «Enrico Serafino», «Teruzzi & Puthod», «Château Lamargue» e «Liebfraumilch».

(*) Dati consolidati

(*) Esercizio chiuso al 31 luglio per Cantine Riunite & Civ, Gruppo Cevico, Collis Veneto Wine Group e Cantine Brusa, al 31 maggio per Cavit, al 31 agosto per Mezzacorona, al 30 giugno per Cantina Sociale

Cooperativa di Soave e La Vis, al 28 febbraio per Ruffino

(^*) Esclusi brik, bag in box e fusti

Fonte: ufficio studi Mediobanca

centimetri

milioni di euro. Per la verità il rapporto segnala qualche problema già l'anno scorso: caduta del fatturato a 70 milioni e un indebitamento che schizza al 372%. Poi il 17 giugno scorso, scoppia lo scandalo. La Guardia di Finanza fa irruzione nello stabilimento e sequestra mosti per un valore di 30 milioni di euro. L'accusa è di adulterazione, anche se si tratta della pratica più «soft», illegale solo in Italia, cioè l'aggiunta di zucchero per alzare la gradazione alcolica. Il fatto inquietante è che Brusa produce

soprattutto semilavorati, mosti e succhi. I principali clienti, come si legge nel sito dell'azienda, sono «cantine vinicole e imbottigliatori», per i quali l'azienda sarebbe «primario punto di riferimento in Italia e nel mondo». Nonostante le im-

Classifica

In testa il consorzio cooperativo Cantine Riunite-Giv con 536 milioni di euro di ricavi

mediate e generali smentite, quindi, il dubbio che i pasticci siano stati condivisi da altri protagonisti della filiera vitivinicola circostante resta. E qui siamo alla contraddizione che caratterizza l'industria del vino in Emilia-Romagna. Ai grandi numeri, infatti, non corrisponde una reputazione altrettanto elevata, almeno secondo le classifiche d'eccellenza che vedono i nostri vini fuori dalle posizioni alte e anche da quelle medie.

Dei 423 vini che hanno meritato il celebre premio del

Gambero Rosso dei «Tre Bicchieri», per esempio, solo 12 etichette sono in regione, sei dei quali sono Lambrusco, cinque Sangiovese e un Poggio Tura. Buoni, ma pochi: il Piemonte ne conta ben 79 e la Toscana 73. Non a caso un rapporto diffuso da Montepaschi due mesi fa, elenca le 20 aree vinicole più a più alto valore fondiario e non ne cita una sola emiliano-romagnola.

E se quasi tutti gli italiani hanno sorseggiato un bicchiere di Lambrusco o di Sangiovese, molti meno l'hanno assaggiato all'estero. Sempre Mediobanca sottolinea che la media di export per i grandi produttori cooperativi emiliano-romagnoli è del 42%, contro una media italiana del 54%. È più basso il prezzo medio di vendita, è minore il valore aggiunto e di conseguenza la redditività media (roi) è del 3,2% contro il 7,7% della media italiana. L'ultimo triennio, poi, ha visto i consumi interni deboli (+17%) mentre il grosso della crescita si fa ormai all'estero (+54% con punte del +68% per la Toscana). Esportare poco è dunque un grosso freno allo sviluppo.

Ma secondo Denis Pantini, Project Leader di Wine Monitor, l'osservatorio di Nomisma dedicato al vino, non c'è da preoccuparsi: «Questi risultati si inseriscono nella tradizione regionale che è sempre stata orientata verso un uso quotidiano e popolare del vino e mai verso un consumo elitario. Questo fa sì che l'industria si concentri su questo tipo di target, anche se ultimamente alcuni imprenditori stanno provando a invertire la tendenza».

Ma il mercato non aiuta e i piccoli produttori spesso sono schiacciati dai più grandi: «Entrare nel mondo della ristorazione o provare a esportare all'estero costa molto. E in regione i grandi colossi sono tutti orientati al consumo di massa. Questo impedisce il salto di

Vitigni

I due più prodotti in tutta Italia sono il Sangiovese e il Trebbiano

qualità». I numeri gli danno ragione: i due vitigni più «prodotti» in tutta Italia risultano essere proprio il Sangiovese (53 mila ettari) e il Trebbiano (37 mila ettari). Una scelta strategica, dunque, che sembra pagare. Forse. Non è d'accordo Giorgio Melandri, curatore della rassegna Enologica che da Faenza ha recentemente traslocato a Bologna: «La storia della tradizione mi sembra una scusa. Che sia il mondo imprenditoriale che quello istituzionale usano per mascherare quella che è la loro incapacità di raggiungere un certo standard di qualità. Il vino è sempre più un marchio e per poterlo vendere, soprattutto all'estero, è importante saperlo raccontare». Una questione di marketing che le altre regioni hanno appreso molto in fretta: «La Toscana era come l'Emilia. Stessa tradizione, stessa cultura enogastronomica. Ma negli ultimi trent'anni ha completamente rivoluzionato il suo modo di vendere i propri vini. Qui si potrebbe fare lo stesso, se si volesse». Come dire: le potenzialità ci sono ma non ci si applica.

Ecco gli imprenditori diventati **vignaioli** sognando l'estero

Buoni contatti, ricerca del terroir e una bella storia per vendere oltreconfine

«Il profumo del vino è l'odore della terra in cui nasco e rinasco ogni volta che ci torno, il suo sapore mi accompagna e fa parte della vita come il respiro». Non è un viticoltore di lungo corso a parlare, ma la rockstar **Gianna Nannini** che nel Chianti senese produce rossi di grido come le sue canzoni. Anche qui, in terra di Emilia e di Romagna, c'è chi si è riscoperto vignaiolo dopo anni dedicati a ben altra vocazione. **Paolo Pizzarotti**, costruttore di grandi opere (autostrade, metropolitane e centrali idroelettriche) finanche Oltralpe e nel Sol Levante — è sua persino la magica Fantasyland nel parco dei divertimenti di Eurodisney in Francia — parte col botto dieci anni fa sulle colline di Ozzano Taro (Parma): 50.000 bottiglie. Oggi la cantina Monte delle Vigne ne fa quasi 500.000. Su tutte, il Nabucco Igp (Igt), un vino rosso fermo 70 per cento Barbera e 30 Merlot e la Malvasia Callas in purezza, molto profumata.

Come vincere la sfida sui mercati esteri? «Nel settore ingegneristico, puntando su realizzazioni complesse: viadotti, tunnel, ferrovie; ma nel vino il percorso è più difficile. Lo sa che la nostra area, da sempre vocata alla viticoltura, un tem-



Pizzarotti
Dobbiamo riprenderci quote di mercato, partecipando a fiere e creando buoni agganci commerciali con importatori e distributori

po esportava pure? Poi la peronospora all'inizio del 900 e da lì l'abbandono dei vigneti. Dobbiamo riprenderci quote di mercato, partecipando a fiere e creando buoni contatti commerciali con importatori e distributori».

Francesco Condello, trent'anni profusi al servizio dell'alta finanza e quindici di passione per le botti sulle colline di Predappio (Forlì), fonda l'azienda vitivinicola Condè sul disciplinare del 1383; evoca l'autentico sangiovese, un vino nobile cresciuto nei secoli dal fare sapiente dei contadini romagnoli. «Ricerca del terroir e tracciabilità — dice — sono i nostri valori. Presto a New York venderemo le bottiglie con un codice a barre in etichetta leggibile con smartphone, in grado di fornire tutte le info sull'origine». Con lui un team di enologi sotto la supervisione di Federico Staderini oltre all'agronomo Federico Curtaz. Quest'anno ad Expo, la Condè è stata scelta dal gruppo New Holland come realtà testimonial di sostenibilità e innovazione. Da 20 a 200.000 bottiglie in una decina di anni, vendute in cinque continenti (il novanta per cento va all'estero). «Le aziende vinicole di successo sono quelle che hanno saputo raccontare la propria storia al mondo», spie-



Al lavoro Andrea Lusvardi con la famiglia nel suo vigneto a Molino di Gazzata, San Martino in Rio (Reggio Emilia)

ga la figlia Chiara, export manager. «La partecipazione a fiere ed eventi internazionali è vitale. Studiamo una strategia di lungo periodo insieme ai nostri importatori e poi non nego che aver ricevuto punteggi sopra il 90 da molte guide internazionali aiuti molto».

Renzo Maria Morresi, avvocato bolognese, non ha ancora appeso la toga al chiodo e mai lo farà, ma il venerdì sera scappa a Modigliana (Forlì) dove da dieci anni produce vino con l'aiuto dell'enologo Francesco Bordini e di suo padre Remigio, agronomo, «perché — puntualizza — prima è nato lo staff poi ho comprato il terreno. È un progetto qualità, di nicchia: nove vigne, nove vinificazioni. E solo 12.000 bottiglie. Il momento più entusiasmante? Quando si fanno i blend». Così nascono i Frawines sapidi e minerali della Casetta dei Frati.

Andrea Lusvardi, manager, è

stato presidente e ceo di una joint venture italo americana a Chicago fino al 2005. Rientrato in Italia, insieme alla moglie Rita rilancia il vigneto di famiglia nel reggiano. Prima produzione: 10.000 bottiglie. «Ora ne facciamo 34.000. Lavoriamo solo vitigni autoctoni, Lambrusco Salamino e Lambrusco Grasparossa per produrre vini bio eleganti e di stile, fruttati e profumati». All'estero? «Siamo prevalentemente a New York e Londra, in attesa di concretizzare contatti interessanti in Nord Europa: Svezia e Danimarca». Come ci siete riusciti? «Grazie a importatori di vini di nicchia e qualità medio alta».

Per **Gian Maria Cunial** si è trattato di un'autentica conversione al biologico. Dopo anni di impegno nelle multinazionali della chimica decide di fare il salto: nasce la Vigna Cunial a Traversetolo nella zona Doc Colli di Parma. Da qualche mi-

gliaia di bottiglie arriva in pochi anni a 80.000. Le esportazioni? «Ci affidiamo a bravi grossisti che fanno conoscere i nostri vini abbinandoli ad un grande salume del territorio: il prosciutto di Parma. Miriamo ad ottenere uve biologiche di altissima qualità». Lo spumante Brut Monteroma Bio di Malvasia di Candia Aromatica in purezza è tra i cento vini migliori d'Italia, guida Il Golosario 2015.

Dal mondo immobiliare milanese ai vini delle sabbie, il passo è breve per **Vittorio Scalambrà** della cantina Corte Maddonnina nei pressi dell'Abbazia di Pomposa (Ferrara), Doc Bosco Eliceo. Guida l'azienda familiare con mezzo secolo di tradizione vitivinicola alle spalle: «I miei vini sono sapidi floreali come il Fortana, 15.000 bottiglie. Si adatta bene all'anguilla e ai salumi locali».

Barbara Bertuzzi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sul web
Puoi leggere gli articoli di Corriere Imprese, condividerli e lasciare commenti su www.corrieredi-bologna.it

L'orgoglio di essere «mister Tavernello»

Dagnino (Caviro): «Tanti sono capaci di fare il Brunello, solo noi il vino più bevuto in Italia»

«Tanti sanno fare 50.000 bottiglie di ottimo Brunello di Montalcino, ma nessun altro è in grado di fare 70 milioni di litri di Tavernello». Mister Tavernello, l'uomo che spilla il vino che troverete sulla tavola di un italiano ogni tre, il marchio italiano più venduto nel mondo, ma anche il sinonimo del bere meno da intenditori, si chiama Sergio Dagnino e dirige il Consorzio cooperativo bianco faentino Caviro, seconda azienda vitivinicola italiana e, appunto, produttore del famoso vino in brick. Non di quello soltanto, poiché Caviro ha vigneti in tutta la Penisola e un bouquet di marchi che comprende tutti i grandi vini italiani. Ma a chi gli chiede se sia più orgoglioso del suo Brunello Da Vinci o del Tavernello lui opta senza esitazione per quest'ultimo. E non solo perché con quello Caviro fa una bella fetta del suo bilancio, ma anche perché «ci consente di remunerare i nostri viticoltori e garantire



Il mercato si va polarizzando, crescono i prodotti di lusso, ma anche quelli a prezzo basso e con buona qualità

una continuità di reddito all'agricoltura romagnola anche nelle annate sfavorevoli per la frutticoltura».

Una delizia, direttore, ma forse anche una croce per l'enologia emiliano-romagnola che si ritrova ghettizzata nel mercato di massa?

«Perché, c'è qualcosa di male?».

No, ma nel mondo si stanno affermando i prodotti d'élite. E noi siamo tagliati fuori.

«È vero a metà. In realtà il mercato si va polarizzando. Crescono i prodotti di lusso, ma anche quelli a prezzo basso e buona qualità. Non parliamo di ciofeche, ma di buoni vini, come il Tavernello appunto».

Perché una cosa deve escludere l'altra?

«I vigneti romagnoli si prestano a una coltura intensiva. Il Trebbiano arriva a 400 quintali per ettaro e il Sangiovese a 200 contro una media italiana di 100 quintali. Ovviamente le uve sono inadatte all'altissima qualità. In compenso il reddito



degli agricoltori è più alto. Insomma, la nostra è una scelta strategica, pensando che ogni regione deve trovare una sua vocazione».

Però Mediobanca, confrontando i bilanci dei principali produttori italiani, conclude che nella fascia medio-bassa si guadagna meno

e si esporta meno. Non avrebbe sbagliato strategia?

«Riguardo alla redditività, ripeto, bisogna guardare all'intera filiera, non solo agli utili dell'imbottigliatore. Riguardo all'export i problemi sono tanti. Toscana e Veneto, per esempio, vendono brand che si chiamano Venezia e Firenze.

Al comando
Sergio Dagnino, direttore generale di Caviro

Noi non li abbiamo. Poi bisogna fare i conti con i volumi richiesti dalle catene della Gdo che ormai monopolizzano l'80% del mercato mondiale e possono sbatterti fuori da un anno all'altro se non rispetti i loro tetti di prezzo come è successo l'anno scorso con i vini siciliani e prima al sangiovese in Germania. All'estero bisognerebbe fare squadra, e noi italiani non siamo capaci».

Insomma, non c'è proprio alcuna chance di alzare il livello dei vini emiliano-romagnoli, almeno nella percezione del mercato?

«Risponderei "ni", e non saprei nemmeno se sia un'operazione conveniente. Qualche tentativo lo stiamo facendo. Per esempio abbiamo inserito un Sangiovese romagnolo di altissima qualità nel catalogo di uno dei nostri marchi di punta, il Da Vinci, accanto ai Brunelli. Stiamo anche studiando come dare ai nostri vini tipici caratteristiche più adatte ai nuovi gusti del mercato internazionale».

Vale a dire?

«Oggi i nostri vini sono ancora troppo strutturati. Nel mondo la tendenza è invece verso vini più morbidi, più profumati, più bevibili che si rivolgono ai nuovi consumatori, giovani e donne».

Massimo Degli Esposti

© RIPRODUZIONE RISERVATA

VETRO AUTO®

RIPARAZIONE • SOSTITUZIONE • OSCURAMENTO

SCONTO
30%
SUL VETRO*



**VETRO ROTTO ?
NO PROBLEM !**

RIPARAZIONE ENTRO 24H

SUCCESSIVE ALL'ACCESSIONE DELLA NOSTRA PROPOSTA DI PREVENTIVO

SOSTITUZIONE IN 1ORA

AUTO SOSTITUTIVA GRATIS, OPPURE SERVIZIO DOMICILIO GRATUITO

QUALITÀ 100% ORIGINALE

LAVORIAMO ESCLUSIVAMENTE CON MATERIALI DI PRIMO IMPIANTO

GRATIS CON POLIZZA

QUALSIASI COMPAGNIA ASSICURATIVA, RIMBORSO TOTALE SPESE

VETRO AUTO®

Presso i nostri centri potrai anche effettuare i servizi di:

- **OSCURAMENTO VETRI**
- **CAR WRAPPING**
- **LUCIDATURA FANALI**
- **LUCIDATURA CARROZZERIA**
- **RICARICA ARIA CONDIZIONATA**
- **LAVAGGIO INTERNI AUTO**



www.centrivetroauto.it

Numero Verde

800-37 48 37

*Lo sconto è calcolato sul prezzo del comparativo originale

L'INTERVISTA

Federico Marchetti

L'ad racconta la sua Yoox segreta: «A Zola Predosa tecnologie degne della Nasa». Un progetto per fare della città un hub europeo di arte informatica



«La mia Bologna digitale»

Chi è

Federico, Marchetti, nato a Ravenna nel 1969, è ad e fondatore di Yoox. Si è laureato in Economia all'Università Bocconi di Milano e ha conseguito un Mba alla Columbia University. Crea Yoox nel 2000

di Massimo Degli Esposti

«A Bologna ci sono finito metà per strategia, metà per caso. Ma non me ne sono mai pentito: Yoox non sarebbe quello che è senza Bologna e senza la meravigliosa squadra di bolognesi e di emiliano-romagnoli che lavorano da noi con talento e passione». È l'endorsement di Federico Marchetti per la città in cui, quindici anni esatti fa, gettò il seme di una pianta che oggi è cresciuta fino a conquistare il primo posto al mondo nell'e-commerce di moda e life style italiano.

Perché una scelta strategica e perché un caso?

«L'idea di business che avevo ben chiara in testa fin da allora implicava il massimo di affidabilità logistica, quindi una base baricentrica rispetto ai fornitori e ai clienti, e ben collegata con entrambi. Bologna aveva tutte queste caratteristiche. E in più, garantiva qualità della vita e appeal per chi avrebbe dovuto venirci a lavorare».

Non c'è solo Bologna con questi atout...

«Infatti. Ma qui entra in ballo la casualità. I miei punti di riferimento sono Ravenna, la città dove sono nato e conservo tutti gli affetti, e Milano dove ho studiato e ho concepito il progetto Yoox. Bologna, per caso, è a metà strada...».

Oggi però le cose sono cambiate: siete quotati a Milano e a Milano avete sede legale e quasi metà di tutti i vostri mille dipendenti. Ora arriva anche la fusione con Net-A-Porter che vi trasforma in una multinazionale italo-svizzero-londinese. Cosa resta di bolognese?

«La parte meno conosciuta e meno raccontata della nostra azienda, ma forse quella più importante: la tecnologia. Parlo dei 400 ingegneri informatici, sviluppatori, scienziati che costruiscono e fanno funzionare i nostri 41 siti di e-commerce, garantendone l'accessibilità 24 ore su 24 per 365 giorni all'anno a 15 milioni di utenti unici ogni giorno con una tolleranza all'errore dello 0,1%. È una macchina informatica pazzesca che poi deve tradurre il virtuale in reale, cioè consegnare la merce il giorno successivo ai clienti europei con una puntuali-

tà del 99%. Il livello tecnologico di Yoox non è mai stato percepito, ma lo paragonerei soltanto a quello delle missioni spaziali della Nasa. Bologna è e resterà la nostra Houston, con la nostra tecnologia, il nostro sistema nervoso».

Grassa, dotta, turrita. Mai immaginata, però, una Bologna tecnologica...

«Eppure ha le potenzialità per esserlo e in parte lo è già. Merito di una buona università, un ambiente favorevole di tecnologia creativa, una sensibilità crescente delle istituzioni».

Quando lei scrisse all'allora sindaco Cofferati per presentargli la Yoox, lui nemmeno le rispose. Oggi?

«Le cose sono decisamente cambiate. Con l'Università, il Ministero, il Comune e la Regione abbiamo buoni rapporti. Al punto che stiamo ragionando sul progetto di creare in futuro un polo europeo d'eccellenza digitale a Bologna».

Una Silicon valley italiana?

«In California sono bravissimi con l'infor-

»

Con l'Università, il Ministero, il Comune e la Regione abbiamo buoni rapporti, stiamo ragionando sul progetto di creare in futuro un polo europeo d'eccellenza digitale sotto le Due Torri

matica, ma non hanno mai avuto successo nell'e-commerce del lusso. Per rappresentare l'eccellenza in una piattaforma internet ci vuole qualcosa in più: un tocco d'arte per dialogare con gli stilisti. Ecco, a Bologna vedrei un grande scuola di arte della tecnologia».

Per questo che ha chiamato nel suo staff Alex Alexander, la mente tecnologica di Walmart?

«Sono molto contento del suo arrivo. Dovrà far funzionare la macchina e mantenerla sempre sulla cresta dell'onda dell'innovazione, che è la nostra condanna. Lavorerà a Bologna, e ci ha trasferito anche la famiglia».

Yoox è l'unica società italiana nella classifica delle dieci startup europee divenute

«miliardarie» nell'ultimo decennio. Perché Federico Marchetti ce l'ha fatta e tanti altri geniali imprenditori no? Insomma, quali meriti si riconosce?

«Sicuramente un grande impegno nello scovare nuovi talenti. Yoox è diventata una macchina talmente complessa che solo una squadra eccezionale e appassionata può farla funzionare. Poi ho sgobbato tanto: ogni mio anno, vale per cinque. Anche qualche intuizione vincente».

Per esempio?

«Nel 2006 non c'erano ancora gli smartphone, ma io decisi che Yoox avrebbe dovuto cavalcare il nuovo trend dell'Internet mobile. Andai da Fabio Cesari, uno dei nostri pilastri tecnologici agli YooxLabs, e gli chiesi di creare una task force per studiarne le implicazioni. Questo ci permise di arrivare al momento giusto, cioè un attimo prima degli altri, ma non così presto da affrontare l'onere di spianare la strada all'innovazione. Oggi dal mobile arriva il 50% del nostro traffico mondiale».

Quindi si definirebbe un imprenditore istintivo?

«Fin da ragazzo ero certo che non avrei fatto altro. Tutto il resto, lo studio, il master, il lavoro nella finanza mi è servito soltanto come base di partenza. Non sono uomo di tecnologia né uomo di marketing, né un creativo. Mi riconosco invece la capacità di vestire i panni del cliente e anticiparne le esigenze. A 24 anni comprai il primo cellulare. Ha presente quei mastodonti con un numero di sei cifre soltanto? Beh io ho ancora quel numero. Però già mi chiedevo perché i cellulari non potessero incorporare una macchina fotografica».

Lei ha dichiarato di non immaginarsi al comando di Yoox per tutta la vita. Vuol dire che ha altri progetti?

«No, la mia vita lavorativa finirà con Yoox. Dopo magari andrò a pescare, sicuramente col telefonino staccato. Oggi sono infatti solo a metà del mio percorso. Questa è un'azienda che ha bisogno di freschezza e di capacità di innovazione; senza quella non rappresenterei più nessun valore aggiunto».

Lei comunque ha inventato un modello di business. È replicabile in altri settori?

«In tutti quelli che rappresentano l'Italia. Quindi il food, il turismo, l'arte...».

Il personaggio
La storia

Il globetrotter che scelse le Due Torri per conquistare l'e-commerce

Ravennate di nascita (anno 1969), milanese e newyorkese per studi (laurea in Bocconi, master alla Columbia University), londinese per formazione professionale (alla Lehman Brothers pre crac), comasco per residenza (villa sul Lago di Como, dove vive con la moglie inglese e la figlioletta Margherita) il globetrotter Federico Marchetti scelse Bologna per fare l'imprenditore. La sua idea: vendere on line il lifestyle italiano. Era il 2000 e per realizzare il suo sogno di business a cavallo fra moda e internet Marchetti poteva disporre di un gruzzolo di 3 miliardi di vecchie lire messo a disposizione dal talent scout dell'informatica italiana Elserino Piol. Lo investì in un capannone acquattato sotto il ponte che attraversa il Reno a Casalecchio, a un passo dal centro di Bologna. Poco dopo il trasferimento a Zola Predosa, 10 chilometri più a Est, dove tuttora ha sede la sua creatura, la Yoox, che in giugno ha festeggiato i 15 anni di vita. Seppur ancora «adolescente», è entrata, unica italiana, nella top ten delle startup europee miliardarie dell'ultimo decennio. Quotata in Borsa nel 2009, da allora si è rivalutata quasi otto volte arrivando a capitalizzare quasi 2 miliardi. Ancora di più sono cresciuti gli spazi del magazzino all'Interporto di Bologna: da 3.000 a 40.000 metri quadri. Di qui partono le spedizioni verso 100 diversi Paesi. I dipendenti sono diventati quasi mille, per metà a Zola, gli altri a Milano e in una dozzina di uffici sparsi per il mondo. Sui 41 siti di e-commerce gestiti da Yoox (38% delle principali griffe internazionali e 3 concept store virtuali diretti) in 11 diverse lingue, navigano ogni giorno 15 milioni di visitatori unici. Tradotto in acquisti, fa 524 milioni di euro di fatturato l'anno scorso. Ma dal prossimo, Yoox diventerà un colosso da 1,3 miliardi di euro. Scatterà infatti la fusione con l'azienda gemella Net-a-Porter, londinese d'origine e fin qui parte del gruppo del lusso svizzero Richemont. L'operazione annunciata in marzo è stato l'ennesimo colpo d'ala di Marchetti che in una complessa transazione finanziaria è riuscito a inghiottire un boccone più grosso senza sborsare un soldo e mantenendo il controllo del nuovo gruppo. Ma Marchetti dice spesso di sentirsi «solo a metà del guado». Anche se questo 46enne ravennate figlio di un magazziniere Fiat e una telefonista Telecom è già diventato una star internazionale, coccolata dalle grandi riviste di moda e dal Financial Times. Insignito dal Presidente della Repubblica del premio Leonardo e nominato l'anno scorso Bocconiano dell'anno, ha saputo anche «valorizzare» il suo lavoro e l'anno scorso è stato il terzo manager più pagato d'Italia, dopo Marchionne della Fiat e Francavilla della Luxottica.

M. D. E.
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ciò che conta per Te, conta per Noi.



Dal 1982 **Setam** è per te:
esperienza, professionalità, fiducia.

se.T.AM. snc Ravenna - Via Amalasunta, 6

tel.: 0544 454476 - fax: 0544 453770 - e-mail: setam@tin.it - www.setam.it

Servizi di: contabilità • dichiarazioni fiscali: redditi, IVA e Mod. 730 • consulenza ed assistenza ad imprese e professionisti • trasmissioni telematiche
• servizio paghe • pratiche per autorizzazioni amministrative • rapporti con Istituti Previdenziali, Assicurativi e Finanziari • internazionalizzazione.

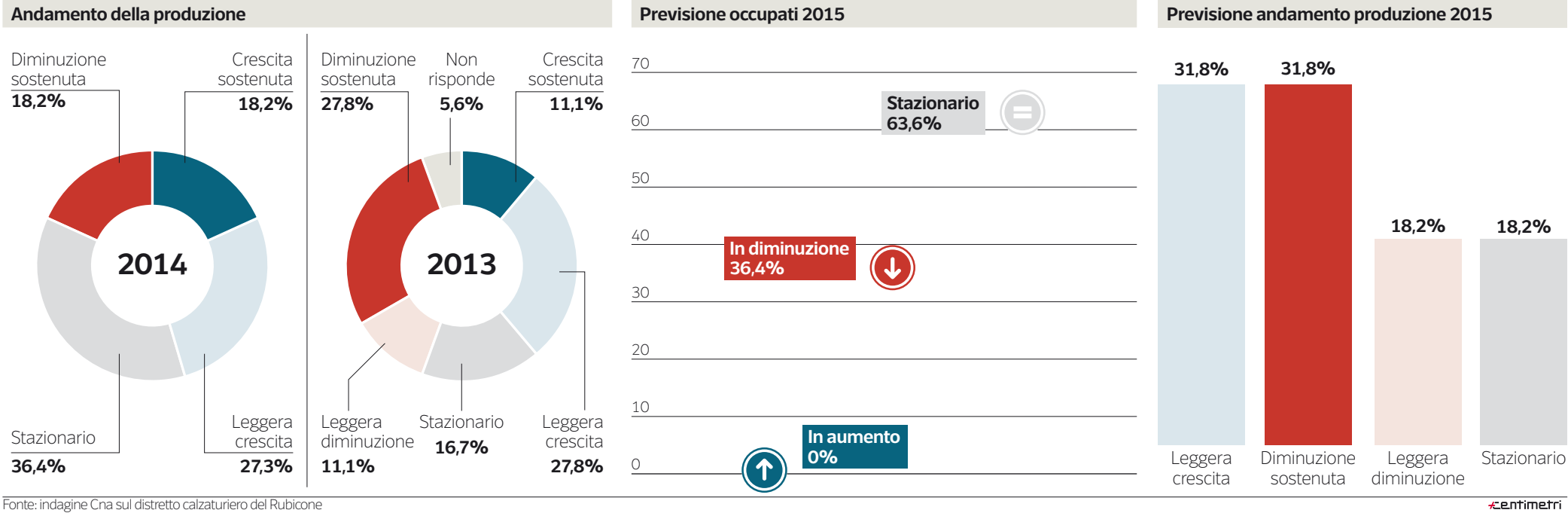

**SISTEMA COMMERCIO
E IMPRESA**

se.T.AM. snc

i servizi che contano

SCENARI

Lo sguardo sul distretto



MONOPOLI

Bper avvia il percorso verso la **Spa** Il partner? «Con le nostre caratteristiche»

Intanto firma con Feis il primo accordo in Italia per utilizzare i fondi del Piano Juncker

Arrivano in Emilia-Romagna, precisamente nelle casse del Gruppo Bper, i primi fondi del cosiddetto Piano Juncker per il rilancio della competitività della piccola e media industria europea. Con l'accordo firmato giovedì scorso nelle sale del Museo Enzo Ferrari di Modena dall'amministratore delegato di Bper Banca Alessandro Vandelli e dal presidente del Fondo europeo per gli investimenti strategici (Feis) Dario Scannapieco — il primo assoluto in Italia e il ventesimo in tutta l'Unione — l'istituto modenese mette sul piatto 100 milioni di euro di finanziamenti a condizioni particolarmente vantaggiose (bassi tassi, scadenze fino a dieci anni e minime garanzie patrimoniali) per aziende innovative di dimensioni inferiori ai 500 dipendenti. L'attenzione al territorio e alle esigenze di credito delle Pmi, ha commentato Vandelli, costituiscono «una delle nostre caratteristiche. Le stesse che stiamo cercando tra le altre popolari impegnate nella trasformazione in società per

»
Vandelli
Tracciare
un identikit
è prematuro,
ma vogliamo
una buona
operazione
industriale.
Ci aiuterà
Goldman
Sachs,
saremo
pronti per
l'assemblea
di primavera

azioni in vista di un eventuale processo di aggregazione». Vandelli ha più volte affermato di pensare a un partner di dimensioni simili o poco inferiori (l'attivo di Bper supera i 60 miliardi), senza sovrapposizioni territoriali significative e senza problemi di bilancio. Un ritratto che calza a pennello con la Popolare di Milano o con una delle due Popolari della Valtellina, Creval e Pop Sondrio. «Ma tracciare oggi un identikit è prematuro. La situazione è fluida — ha precisato Vandelli — e non escludo che nuove opportunità possano aprirsi nelle prossime settimane».

Intanto la settimana scorsa il consiglio di amministrazione dell'istituto modenese ha compiuto il primo passo concreto, deliberando l'impegno a trasformarsi in Spa e scegliendo come advisor la prestigiosa banca d'affari Goldman Sachs. «Un modo per affermare — spiega Vandelli — che ci siamo anche noi e siamo pronti. Ora abbiamo una deadline precisa, fissata da Bankitalia a fine 2016. Nei pochi giorni che ci separano dalla pausa estiva



avremo appena il tempo per stendere un piano di lavoro con l'advisor. In settembre faremo un giro d'orizzonte con i possibili partner e per l'assemblea di bilancio, in primavera, saremo pronti per varare il piano di trasformazione della banca e, contestualmente, indicare con chi aggregarci». Le due operazioni saranno condotte «in parallelo, perché

una influenza l'altra». Tutte le altre popolari con una sola eccezione, ragiona il numero uno di Bper Banca, hanno azionariati polverizzati come il nostro e come noi si pongono il problema di creare un nucleo stabile di soci. Questo può avvenire prima dell'aggregazione ma anche nell'ambito della stessa». Il territorio modenese sembra rispondere

In pubblico
l'amministratore
e delegato di
Bper Banca
Alessandro
Vandelli
durante
l'assemblea dei
soci di aprile a
Modena

con interesse e i sondaggi avviati tra i nostri principali soci azionisti dimostrano che c'è disponibilità ad investire nella nostra banca». L'unico uscito allo scoperto è il gruppo Unipol, che potrebbe portare in dote la sua piccola Unipol Banca. «Gli unici rapporti con loro — dice però Vandelli — si limitano al governo di Arca Vita dove noi siamo soci di minoranza con il 20% contro il loro 80%. È una joint venture che va bene e ci soddisfa pienamente, ma non dobbiamo prefigurare il futuro sulla base di opportunità specifiche, quanto sul disegno strategico di una nuova grande banca».

L'accordo siglato con Feis prevede una garanzia europea sul 50% dei finanziamenti erogati, che vanno da un minimo di 25.000 a un massimo di 7,5 milioni di euro. Questo per abbattere il rischio bancario, consentendo di ampliare la platea dei beneficiari ad aziende che altrimenti non avrebbero sufficiente merito creditizio. Il Piano Juncker. Ha spiegato Scannapieco che è anche vicepresidente della Bei, maggior azionista con il 60% del Fondo europeo, stanziato 21 miliardi, 5 dei quali destinati alle Pmi, per attivare fino a 77 miliardi di investimenti in innovazione. L'obiettivo è colmare un gap di competitività che rischia di diventare strutturale se gli investimenti pubblici e privati in Europa non recupereranno la quota del 20% perduta durante gli anni della crisi.

Massimo Degli Esposti

© RIPRODUZIONE RISERVATA

TECNOVA

di Liverani Daniele e C.

FORNITURE INDUSTRIALI

s.n.c.

Via Spallanzani n. 8 - 48018 Faenza (RA)
Tel. 0546-623426 / 620422 - Fax 0546-626367
E-mail: info@tecnova.eu

- Bulloneria in acciaio ed inox
- Ruote industriali "Tellure Rota"
- Cuscinetti "SKF - FAG - NTN"
- Or - paraoli
- Cinghie e pulegge
- Dischi, ruote e tele abrasive
- Catene "Regina", corone e pignoni
- Flange e Raccordi in ghisa, ferro, ottone, inox
- Valvole in bronzo, ghisa, inox
- Nylon, PTFE, PVC, polietilene
- Tasselli e staffaggi "Fischer" e "Vorpa"
- Fascette "ABA" e collari



PIANETA LAVORO

Banca Prossima fa breccia in regione

Aumentano i clienti del **no-profit**

Finanziati il microcredito di San Patrignano e il riavvio dell'Orchestra Mozart

Chi è



Marco Morganti, classe 1959, è ad di Banca Prossima. Dal 2003 lavora in Banca Intesa

di **Andrea Rinaldi**

E l'unica banca europea dedicata esclusivamente al no-profit. Un bacino di solidarietà che nel nostro Paese riguarda 32 milioni di cittadini, 4,8 milioni di volontari, un milione di lavoratori, 300.000 organizzazioni, 64 miliardi di entrate: un mondo fatto di coop sociali, fondazioni, opere pie. E una fetta consistente di questi clienti per Banca Prossima, l'istituto di credito del gruppo Intesa Sanpaolo nato sette anni fa, sta curiosamente in Emilia-Romagna. Nondimeno, è pure destinata a crescere.

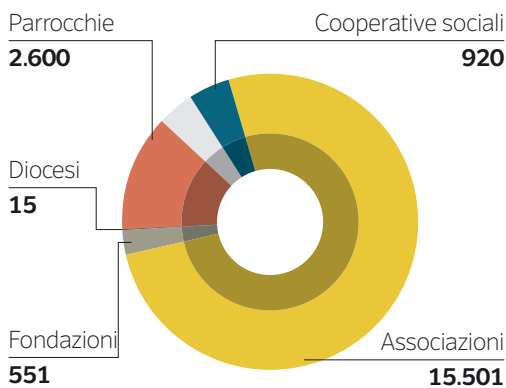
«La vostra regione è una punta di diamante del terzo settore, e visto che l'Italia, a sua volta, è la punta di diamante in Europa, traete voi le conclusioni — sorride Marco Morganti, ad di Banca Prossima — in particolare l'Emilia-Romagna mostra una dimensione significativa nel settore delle coop sociali, che lavorano con volumi anche di 100 milioni di fatturato come fa la Coopselios di Reggio Emilia, una realtà molto dinamica e manageriale per il sociosanitario assistenziale».

Giusto per avere un'idea del mare dove andrebbe a pescare la banca di Ca' de Sass, da Piacenza all'Adriatico si contano 920 cooperative sociali; 15.501 associazioni; 551 fondazioni; 15 diocesi; 2.600 parrocchie per un totale di circa 20.441 operatori. E tra loro Banca Prossima, con i suoi sportelli di Bologna, Piacenza, Reggio Emilia, Forlì e Rimini, si è già conquistata 1.500 clienti: 100 milioni lo stock dei fidi in essere.

«In Emilia-Romagna siamo vicini a una quota di mercato del 15%. Di questi 1.500 clienti, ben 200 sono arrivati nei primi mesi del 2015 con 10 milioni di nuovi finanziamenti erogati a lungo termine, cioè un +10% ri-

I numeri del sociale

IN EMILIA-ROMAGNA



PER UN TOTALE DI

20.411 operatori

BANCA PROSSIMA IN REGIONE



centimetri

petto allo stesso periodo del 2014. Siamo al doppio di quello che succede nel resto d'Italia», è soddisfatto Morganti.

«Questo significa un'altra cosa: l'Emilia-Romagna sta crescendo più delle altre regioni nel terzo settore e nel sociale». Un dato da leggere dunque anche con ottimismo e che evidenzia la tanto sospirata «ripresina», dal momento che queste imprese impattano sull'economia dando lavoro e fornendo servizi.

Tra le operazioni finanziate da Banca Prossima in regione se ne segnalano tre, entrambi a loro modo significative. La prima riguarda l'avvio di una linea di credito per far riprendere l'attività dell'Orchestra Mozart dopo la scomparsa di Claudio Abbado. La seconda verte su un progetto di microcredito per consentire a ex ospiti della comunità di San Patrignano di avviare una loro attività in proprio. La terza infine concerne

una scuola a Bologna gestita dalle suore Orsoline che hanno intenzione di effettuare un intervento di efficientamento energetico, «che si farà anche con i genitori dei ragazzi iscritti all'istituto ed è esemplare, perché mette a disposizione risorse a basso costo, trasforma le famiglie in banchieri sociali e consente alla banca di disintermediare». Lo strumento con cui avviene è quello del «crowdfunding»: i cittadini (in questo caso i genitori) fanno un prestito all'organizzazione religiosa senza rischi di capita-

le grazie a una garanzia di Banca Prossima, cosa che determinerà un drastico calo del tasso di interesse (meno del 4%).

Ma non c'è solo il crowdfunding, tra gli altri strumenti dell'istituto di credito figurano pure i «Titoli per lo Sviluppo delle Comunità», utilizzati per dare credito a basso costo o i «Depositi per lo Sviluppo delle Comunità», depositi a bassa remunerazione che consentono di ridurre i tassi applicati ai finanziamenti della banca. Per statuto gli azionisti di Banca Prossima rinunciano definitivamente ad almeno il 50% degli utili di esercizio, che vanno ad alimentare il Fondo di sviluppo dell'impresa sociale. Questo fondo di garanzia serve a ridurre il rischio dei prestiti più difficili: quelli destinati a imprese giovanili e startup, ad ambiti di attività meno sperimentati, ad aree geografiche economicamente depresse.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



In Emilia-Romagna la nostra quota di mercato è del 15%. Di questi 1.500 clienti, 200 sono arrivati nei primi mesi del 2015

La curiosità

Lavoro in cambio di punti spesa. Con quasi 150.000 bollini donati Coop Consumatori Nordest ha finanziato stage per studenti

Se una volta si raccoglievano punti spesa per acquistare trapunte e set di pentole, oggi al supermercato è anche possibile donare tirocini formativi a ragazzi inoccupati o disoccupati. In base a quanto si spende in negozio, si ricevono in cassa uno o più punti che, una volta raggiunto il quantitativo prestabilito, si possono conservare per comprare o ricevere in omaggio un frullatore, o per regalare una speranza lavorativa. Il progetto si chiama «AttivaGiovani» ed è sostenuto da Coop Consumatori Nordest assieme ad altre organizzazioni cooperative e associazioni che, in sinergia tra loro, dalla vendita del punto al coordinamento delle domande degli interessati, hanno dato vita ad un'iniziativa di solidarietà locale. Un'idea nata due anni fa a Mantova, diffusasi a Brescia, Parma, Piacenza e Reggio Emilia, dove nel 2015 sono stati raccolti nei 24 punti vendita coinvolti 149.496 euro sotto forma di punti per finanziare l'ingresso dei giovani nel mondo del lavoro. «Una cifra sorprendente — scrive Coop Consumatori Nordest — se si pensa che le famiglie italiane sono alle prese con la crisi e che le occasioni per scegliere premi o buoni spesa non mancano. A Reggio Emilia in tre anni sono stati raccolti oltre 500.000 euro a sostegno degli istituti scolastici reggiani ma «AttivaGiovani» ha permesso di superare l'importo dello scorso anno dell'iniziativa legata alle scuole: una delle più sentite dai reggiani». E se nella precedente edizione a Mantova si erano raccolti 44.000 euro che avevano permesso di attivare 21 stage, alcuni



dei quali trasformati in posti di lavoro concreti, a Parma quest'anno sono stati donati oltre 63.000 euro e a Piacenza 24.000. «Si tratta di un bel messaggio di speranza se una parte della comunità rinuncia a qualcosa per investire sul futuro dei giovani — spiega Lorenzo Piovano, uno dei partecipanti della scorsa edizione —. È fondamentale offrire questi spazi ai giovani perché oggi le opportunità sul nostro territorio sono poche oppure non rispondono pienamente ai nostri desideri, e se vogliamo provare a diventare quel che sogniamo queste esperienze aiutano molto».

Francesca Candioli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

E Confcooperative traccia la via romagnola al **welfare** con Case Franche

L'esperimento di co-housing sociale è solo l'ultima di una serie di iniziative come l'ambulatorio e la carta socio

Chi è



Mirco Coriacci, 46 anni, originario di Faenza, ex funzionario del comparto agroalimentare delle coop bianche di Forlì-Cesena, oggi è il direttore di Confcooperative e Forlì-Cesena

Andranno a vivere in aperta campagna in abitazioni fatte di legno e completamente eco-sostenibili.

Sono le quindici famiglie di Forlì che hanno deciso di costituirsi in cooperativa e dare vita al primo esperimento di co-housing in cui si costruiranno da soli le loro abitazioni. Il progetto si chiama «Case Franche» ed è l'ultimo in ordine di arrivo tra le iniziative di welfare integrativo sostenute da Confcooperative in Romagna. L'obiettivo è realizzare un immobile a impatto zero che sia completamente autonomo dal punto di vista energetico e che permetta di ridurre del 90 per cento le spese di chi andrà a viverci. «Abbiamo stimato che in media i costi per le utenze ogni anno si aggireranno intorno ai 300 euro — spiega Matteo Bondi, presidente della cooperativa La Tavernetta che porta

avanti il progetto —. Un decimo in meno rispetto a quanto ognuno di noi paga oggi per le bollette». L'idea a cui si sono ispirate le famiglie si basa su concetti molto semplici: condivisione e socialità. Infatti, oltre ai diciassette appartamenti la struttura avrà degli spazi comuni, come la lavanderia, il parco pubblico di cui dovranno prendersi cura e una sala per i bambini dove a turno ogni famiglia si occuperà di loro facendo da babysitter. Il progetto è piaciuto molto alla Regione Emilia-Romagna che lo ha finanziato con 2,7 milioni di euro, grazie a fondi europei destinati all'edilizia sociale. Il resto del denaro, circa 1,3 milioni di euro, è stato messo dai soci della cooperativa. Nella provincia di Forlì-Cesena sono 76 le coop, associate in Confcooperative, che si occupano di sociale: inserimento lavorativo di ragazzi svantaggiati, assistenza



Assistenza
L'ingresso dell'ambulatorio o Welfare Italia a Forlì

ai disabili, gestione di ambulatori per le cure mediche, accoglienza dei migranti. «Questo è un settore importante e il lavoro che facciamo è quello di fornire un welfare sussidiario — dice Mirco Coriacci, direttore

Confcooperative di Forlì-Cesena — che è complementare a quello pubblico». In particolare nel settore sanitario dove spesso le amministrazioni pubbliche si ritrovano a fare i conti con bilanci in rosso e la difficoltà nel mantenere in vita strutture ospedaliere se non attraverso accorpamenti e riduzione del personale medico o infermieristico. «Il privato sociale che lavora in questo campo spesso si rivela una risposta migliore sia in termini economici che di qualità del servizio — continua Coriacci —. Un esempio nel nostro territorio è il poliambulatorio Welfare Italia realizzato dal Consorzio solidarietà sociale, da un gruppo di cooperative e da una rete di organizzazioni di categoria. Le persone che si rivolgono a questa struttura privata ricevono assistenza allo stesso costo del pubblico con la possibilità di avere anche una riduzione fino

al 10 per cento nel caso si è soci di Confcooperative». Infatti grazie alla carta socio, un esperimento che le coop bianche hanno lanciato da qualche anno e che permette ai soci di ottenere sconti e vantaggi sull'offerta di servizi e prodotti delle cooperative aderenti, circa 12 mila persone, da Imola a Cesena, ne hanno ottenuto dei vantaggi in termini di risparmio. Un'altra iniziativa che le cooperative del territorio portano avanti è quella dell'inserimento lavorativo di ragazzi disabili. Come succede con il progetto Piada 52, realizzato dalla coop Paolo Babini. Un chiosco nel parco di via Dragoni a Forlì gestito da disabili e da ragazzi provenienti da case famiglie. Il progetto è anche un laboratorio di autoimprenditorialità per i giovani che voglio aprire una loro attività.

Dino Collazzo

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'EMILIA-ROMAGNA DEI CAMPANILI

Orfana di Ferruzzi e Bizantini Ravenna si gioca il futuro tra il porto e la cultura

Il destino del capoluogo appeso ai lavori dello scalo, mentre le fondazioni e i Muti puntano sui giovani

di **Massimo Degli Esposti**
e **Andrea Rinaldi**

C'è molto fermento in questi ultimi tempi nell'ex capitale dell'esarcato bizantino. E curioso il destino di Ravenna: non può fare a meno dell'Appennino, né del mare e proprio il porto sta diventando la sua croce. La riforma degli scali marittimi del ministro Delrio prevederebbe un'autorità portuale unica per Ravenna e Ancona. Soluzione che sta facendo gridare allo scandalo tutto il mondo economico locale. «Gli ultimi dati elaborati da Assoporti, riferiti al 2013, mettono in evidenza le differenze tra lo scalo romagnolo e marchigiano. Il porto di Ravenna movimentava quasi 10 milioni di tonnellate di rinfuse solide contro le circa 600.000 del porto di Ancona e movimentava più del doppio dei contenitori di Ancona (2,5 milioni contro 1). Il capoluogo dorico è invece

specializzato nel trasporto passeggeri, imbarca e sbarca circa 1,2 milioni di passeggeri contro i 100.000 del nostro porto — attacca **Natalino Gigante**, presidente dell'ente camerale locale — Ravenna rappresenta il bacino di riferimento per le imprese dell'Emilia-Romagna, della Lombardia e del Veneto». Il suo traffico portuale nel 2014 è cresciuto di circa 2 milioni di tonnellate rispetto al 2013, segnando il suo migliore risultato post crisi. L'anno passato sono state movimentate 24.460.154 tonnellate di merce, con una crescita dell'8,8% rispetto al 2013. Da inizio anno invece c'è stato un calo del 4% dello scambio merci, mentre la

Traffico marittimo
Nel 2014 è cresciuto di circa 2 milioni di tonnellate, miglior risultato post crisi



“**Matteucci**
Abbiamo
acquisito 20
milioni per
migliorare i
nodi ferroviari
del porto e
cittadini
Per la E55
vogliamo
mettere a
punto uno
stralcio e
collegare
Cesena con la
Ferrara mare

movimentazione dei container è cresciuta del 10%.

Ma per ospitare grandi navi, e non vedere scemare il traffico, è necessario che il fondale del porto passi dagli attuali 10 metri a 14 e che venga al più presto rimosso il dosso che si è formato all'imbocco. Il Cipe ha stanziato 60 milioni per la prima operazione, al centro di una polemica tra Confindustria e l'Autorità portuale. Il sindaco **Fabrizio Matteucci** assicura che il perfezionamento dello scavo avverrà entro la fine del 2015, mentre i lavori per rimuovere il dosso partiranno a settembre. «Abbiamo acquisito 20 milioni per l'ammodernamento dei nodi ferroviari del porto e cittadini e per la E55 vogliamo mettere a punto uno stralcio per collegare Cesena fino alla Ferrara mare, stiamo lavorando con la Regione», aggiunge il primo cittadino. «Il traffico portuale è aumentato nei primi mesi 2015, nonostante i limiti di pescaggio dell'im-

Ai raggi X

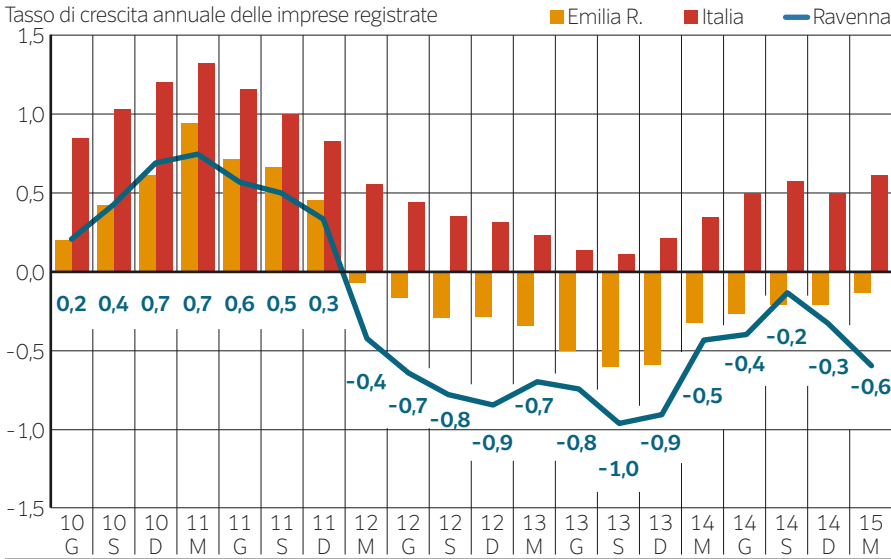
NAVIGAZIONE MARITTIMA

ARRIVI	MAGGIO	GENNAIO-MAGGIO		Differenza	Diff. %
		2015	2014		
N. navi	240	1.159	1.326	-167	-12,59
di cui estere	180	870	913	-43	-4,71
T.S.N.	1.830.941	7.471.772	7.543.494	-71.722	-0,95
T.S.L.	3.858.888	16.257.164	17.381.506	-1.124.342	-6,47

PARTENZE

N. navi	240	1.162	1.327	-165	-12,43
di cui estere	180	872	914	-42	-4,60
T.S.N.	1.830.941	7.485.253	7.546.306	-61.053	-0,81
T.S.L.	3.858.888	16.294.348	17.391.758	-1.097.410	-6,31

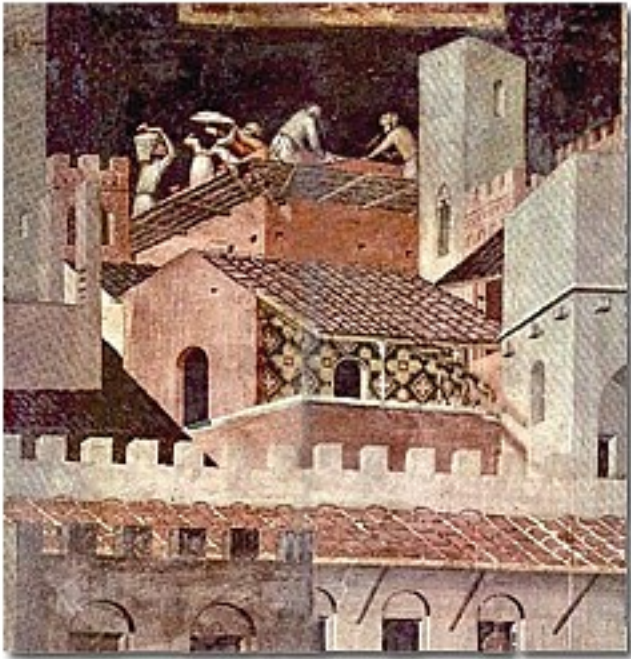
DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE



pianto a mare. Questo ci fa immaginare quanto potrebbe svilupparsi Ravenna se non avesse questi limiti, la questione si trascina da anni — dice **Guido Ottolenghi**, numero uno di Confindustria Ravenna e a capo della **Petrolifera Italo Rumena** — C'erano disponibili

137 milioni di fondi Bei per fare i lavori, ma l'Autorità portuale ha deciso di lanciare un nuovo mega progetto per una piattaforma logistica a terra pubblica che ha fatto salire i costi a 270 milioni. Il progetto si è fermato perché mancano i fondi. Noi diciamo che non c'è

IMPRESA COLLETTI COSTRUZIONI EDILI S.R.L.
dal 1904 costruzioni e restauro monumentale



48022 LUGO (RA) - Via De' Brozzi, 35 - Tel. 0545.22399 - Fax 0545.31799
www.collettisrl.it - amministrazione@collettisrl.it

RAPPORTO PERIODICO SUL NUMERO DEI LAVORATORI DIPENDENTI IN RIDUZIONE DI ORARIO NELLE IMPRESE DELLA PROVINCIA DI RAVENNA

Categoria di lavoratori	A PARTIRE DAL 1 OTTOBRE 2008		SINO AL 7 LUGLIO '15
	N° dei lavoratori alle dipendenze delle imprese attraversate dalla crisi (contati con il criterio di unità teoricamente esposte all'uso di Ammortizzatori Sociali)	di cui n° dipendenti che hanno utilizzato gli Ammortizzatori Sociali da Ottobre 2008 ad oggi (contati con il criterio di unità esposte all'uso di Ammortizzatori Sociali)	N° dipendenti attualmente in Cassa Integrazione Ordinaria Straordinaria, in Deroga ed altre forme
Metalmeccanici	78.545	57.090	794
Chimici, gommoplastica e ceramici	106.903	20.245	524
Tessili, calzaturieri e abbigliamento	8.493	6.649	7
Manufatti in cemento, costruzioni, legno e laterizi	25.944	14.630	544
Commercio e servizi	12.406	7.676	151
Comunicazione, grafici e cartotecnici	4.471	3.730	23
Agroindustria e alimentari	2.854	1.514	80
Trasporti e logistica	9.518	5.669	7
Servizi bancari e assicurativi	44	31	-
Funzione pubblica	941	204	-
TOT CATEGORIE	250.119	117.438	2.130

centimetri

Economia

I dati forniti dalla Camera di Commercio di Ravenna mostrano un quadro di luci e ombre per la città romagnola dove il numero delle imprese sale e scende e c'è un lieve calo nel traffico portuale nei primi mesi dell'anno. Diverso invece il discorso dei lavoratori colpiti dalla crisi di cui la Cgil fornisce i numeri

a Ravenna, perché qui arriva il 70% dei coils di Taranto per alimentare l'industria metalmeccanica emiliano-romagnola». Dall'acqua alla terraferma, negli ultimi dodici mesi le iscrizioni di nuove aziende (2.141) sono diminuite di oltre 100 unità rispetto al 2014, mentre le cessazioni (2.387) sono rimaste pressoché invariate (-3 unità). Dunque la crisi e la difficoltà nel reperire finanziamenti continuano a frenare l'avvio di nuove attività imprenditoriali, anche se i numeri dicono che la fase acuta della recessione è stata superata.

Congiuntura

Le iscrizioni di nuove aziende sono diminuite di oltre 100 unità rispetto al 2014

A soffrire di più rimangono agricoltura (-2,7%) ed edilizia (-2,6%). «La situazione economica è migliorata e vedo un pò di ottimismo — prosegue Ottolenghi — Ma molte aziende hanno chiuso in questi anni. Indicazioni positive arrivano anche dal credito, che si è un pò allargato. Bene meccanica, chimica e agroindustria, stenta ancora l'edilizia. Il turismo è in ripresa nel 2014, ma manca ancora una visione industriale. L'industria dell'oil&gas ha sofferto molto per lo stop alle trivellazioni imposto dopo il terremoto, per motivi del tutto irrazionali. La sensazione è che a breve l'attività possa riparti-

re». A Ravenna infatti operano big come **Rosetti Marino** e **Micoperi**, artefice della rimozione della Concordia al Giglio. I numeri del turismo, nonostante tutto, continuano a essere incoraggianti: 1.357.619 arrivi l'anno scorso (+4,30% rispetto al 2013), ma non bisogna dimenticare dall'altra parte le difficoltà di grandi gruppi nel faentino come **Omsa** (321 lavoratrici a casa) e **Cisa** (238 esuberi su 524 lavoratori). La fine dell'impero Ferruzzi è stata metabolizzata, ma il merito è del vecchio Serafino se nei commerci di granaglie Ravenna rimane ancora un nodo importante. La mitica dinastia è acqua passata anche per **Antonio Patuelli**, presidente Abi e della Cassa di Risparmio Ravenna, che guarda avanti: «La situazione economica dà buoni segnali. Vedo nella mia banca l'andamento degli anticipi sulle fatture che sono in crescita mese su mese rispetto all'anno passato, dopo sette anni di diminuzione. È indice che le aziende vendono di più — sostiene — Vedo i mutui nella mia banca, che sono in aumento del 150% nei primi cinque mesi di quest'anno, contro una media italiana del +64%. Quindi le compravendite a Ravenna aumentano a ritmi doppi».

Cultura

In autunno i lavori per trasformare Palazzo Guiccioli in un museo dedicato a Byron

C'è però un'altra famiglia che da tanto tempo sta dando lustro alla città, puntando sulla cultura: è quella del maestro **Riccardo Muti** e della moglie **Cristina Mazzavillani**, artefice del ventennale Ravenna Festival. E come dimenticare le attività della Fondazione Cassa di Risparmio di Ravenna, capitanata da **Lanfranco Gualtieri**: in autunno partiranno i lavori per trasformare il centralissimo Palazzo Guiccioli in uno dei più grandi musei dedicati a George Byron. Un altro ente che qui si spende tanto è la **Fondazione Enrico Mattei Eni**. In tre anni ha avviato 50

Occupazione

La fondazione Enrico Mattei Eni in tre anni ha sponsorizzato 50 stage per neolaureati

stage per laureati con cui il 50% dei tirocinanti ha trovato lavoro. L'Eni stessa invece, che ha in mente un progetto di ammodernamento del polo chimico per 200 milioni, con il Comune creerà un incubatore di startup, Colabora: aprirà per la fine dell'anno dentro la Darsena, che si sta candidando a nuovo polo giovanile della città. «Lo dimostrano gli investimenti fatti — ribadisce **Elena Zannoni**, responsabile Affari generali di Legacoop Romagna — la quantità di coop culturali che esiste a Ravenna non esiste in nessun'altra parte e si riflette nella creazione di impresa».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



FOOD VALLEY

Il lattiero-caseario non vada in **polvere** Con l'etichetta giusta può girare il mondo

La procedura Ue ha sollevato polemiche ma parallelamente aiuta a fare chiarezza

«C e lo chiede l'Europa», si usa dire per denunciare un'ingiustizia o un sacrificio temuto. Poi si viene a sapere che all'Europa lo ha chiesto qualcuno dall'Italia. Il commissario europeo per l'Agricoltura e lo Sviluppo rurale, Phil Hogan, lo ha detto pochi giorni fa al Sole-24 Ore: «Sul latte in polvere nessun diktat della Commissione. Alcune industrie lattiero-casearie hanno denunciato la discriminazione della legge italiana che ne vieta l'uso per i formaggi, esclusi quelli protetti, mozzarella compresa». Inevitabile la richiesta di chiarimenti al governo italiano, il cui termine, peraltro, è stato ora differito a fine settembre.

Il latte in polvere per l'alimentazione umana e i formaggi è vietato in Italia da una legge del 1974. Ci sono eccezioni, come per i distributori automatici. Ma il divieto è ampio, mentre in Europa il latte in polvere è consentito, ad eccezione dei formaggi Dop. La fine delle quote latte, l'aumento della produzione, il prezzo

Chi è



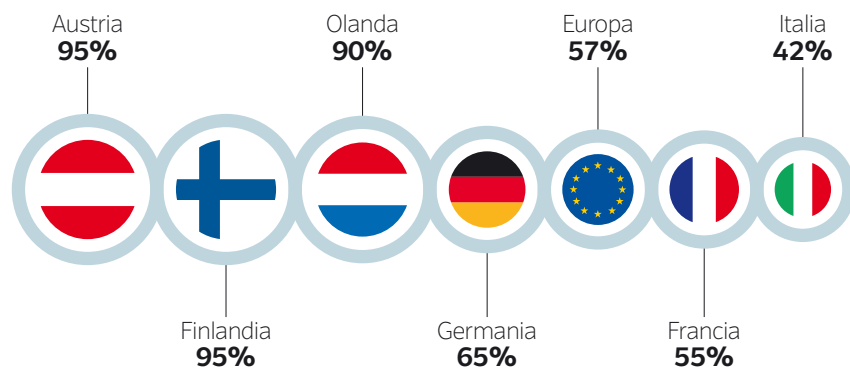
Gianpiero Calzolari, classe 1955, è presidente di Granarolo. È stato anche presidente di Legacoop Bologna. L'azienda è stata fondata a Bologna nel 1957

alla stalla basso per gli allevatori ma ritenuto alto dall'industria — e comunque superiore alla media europea — riportano di attualità il divieto. Coldiretti ha rivolto ad Asso-latte (la «confindustria» del settore, 200 imprese associate) critiche durissime. Giuseppe Ambrosi, presidente degli industriali, le ha respinte al mittente: «Tutto il latte fresco prodotto in Italia è assorbito dall'industria e dalle centrali». Ma è favorevole all'etichetta, per fare chiarezza. Il consumatore saprà scegliere.

Tracciabilità ed etichetta sono il punto d'incontro auspicato anche da Granarolo, il colosso che copre l'intera filiera, dagli allevatori all'industria. Il presidente Gianpiero Calzolari spera che sia lo stesso sistema produttivo a opporsi al latte in polvere, ma a margine del convegno milanese su «Latte e cooperazione», martedì scorso a Expo2015, ha precisato che la soluzione sta nella trasparenza delle etichette: ingredienti, provenienza e quantità, con la tassativa discriminazione per i formaggi protetti, la cui origine e composizione è

In Europa, latte fa rima con cooperazione

Quote di mercato delle filiere cooperative europee per la produzione di latte e derivati



La filiera cooperativa del latte italiano



peraltro delimitata dai disciplinari. Non solo il Parmigiano Reggiano, ma qualunque formaggio di qualità non può contenere neppure il latte fresco prodotto altrove, figurarsi quello in polvere.

La querelle si muove ovviamente su numerosi versanti, e mentre l'industria adombra la perdita di posti di lavoro, Coldiretti si allarma per le sor-

ti delle 3.700 stalle e dei 20.000 addetti regionali, e dei 19 milioni di quintali di latte prodotto.

Tutti scrutano il futuro. Proprio Granarolo ha riunito i rappresentanti di grossi gruppi cooperativi europei del latte e attribuito il ritardo italiano alla modesta quota di mercato delle filiere cooperative, che non supera il 42% e in valore è

inferiore ai 7 miliardi di euro (v. grafico) mentre la media europea è più alta di 15 punti, la quota tedesca è pari a una volta e mezza, quelle di Austria, Olanda e Finlandia sono più che doppie.

Nel futuro si scorge una crescente esportazione e una vasta domanda di prodotti italiani, soprattutto dagli Stati Uniti e forse con la complicità di Expo. Il 2014, per la verità, non ha mostrato grande vivacità dell'export (stabile, a causa dell'arretramento del vino) e della bilancia agroalimentare dell'Emilia-Romagna (negativa per 900 milioni di euro). Ma il 2015 è partito alla grande, con un +20% solo verso gli Stati Uniti. E già nel 2014 Modena e Parma detenevano il più elevato export provinciale verso gli Usa, rispettivamente negli insaccati e nel lattiero-caseario, secondo il rapporto Gea-Fondazione Edison presentato la scorsa settimana a Milano.

Nel 10% dei 616 prodotti alimentari classificati, l'Italia — secondo l'indice Fortis-Corradini (Fondazione Edison) — è nei primi tre posti per la migliore bilancia commerciale, con un saldo positivo di 21,5 miliardi di euro. L'Emilia-Romagna deve conquistare molte posizioni in classifica, ma pare stia per spalancarsi una prateria: l'export agro-alimentare vale oggi 5,5 miliardi di euro. Federalimentare moltiplica per nove l'obiettivo 2020, fino a 50 miliardi di euro. Esagera, ma dà un'idea delle dimensioni della prateria.

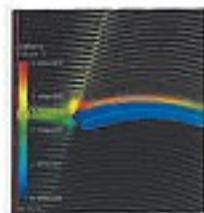
Angelo Ciancarella

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sul web

Puoi leggere gli articoli di Corriere Imprese, condividerli e lasciare commenti su www.corrieredibologna.it



IL GRUPPO SPAL
è sempre alla
RICERCA

di persone di talento
anche per:



www.spal-group.com
www.spalautomotive.com/eng/group.aspx

Lavora
con noi

Via per Carpi, 26/B - 42015 Correggio (RE) - Italy - Tel. +39.0522.731311 - Fax +39.0522.693611
web: www.spalautomotive.com - e-mail: g.frignani@spal.it

FOOD VALLEY

La carovana del food verso Expo

Il racconto di un settore da 25 miliardi

Il 7 agosto da Rimini partiranno tre percorsi per illustrare le nostre eccellenze

«Vedremo stagliarsi vari «campanili» e rivivremo nel movimento le tradizioni di un territorio che è sempre stato di passaggio e che manifesta una ricca commistione di culture, storie e gusti». Così Massimo Spigaroli, presidente dell'associazione Chef to chef Emiliaromagnacuochi promotrice a fianco della Regione del progetto «L'Emilia-Romagna in viaggio verso Expo». Tra i partner Apt Servizi, Unioncamere Emilia-Romagna e Confagricoltura Emilia-Romagna.

Il tragitto è da Rimini a Milano — si parte il 7 agosto — lungo tre direttrici principali: sulla motonave Principessa ripercorrendo la via d'acqua del mare Adriatico e sulla Stradivari per la via fluviale del Po poi con le bici-triciclo, capaci di trasformarsi all'occorrenza in piccole tavole imbandite, si solcherà la via Emilia e infine a piedi attraverso la via dei crinali tracciata dai pastori, più famosa come l'Alta via dei Parchi (www.viaggioversoexpo.it).

«Con noi — continua Spigaroli — tutte le realtà che ruotano attorno al food emiliano-romagnolo». Dal Consorzio del Parmigiano Reggiano a Olitalia che porta con sé l'olio Dop Colline di Romagna. Un comparto che vale 25 miliardi di euro e un giro d'affari legato all'export pari a 5,5 miliardi nel 2014, tra cui salumi e carni trasformate (1 miliardo 199 milioni); formaggi e prodotti lattiero caseari (609 milioni); frutta e ortaggi lavorati (500 milioni); frutta fresca (482 milioni); derivati dei cereali cioè prodotti da forno e farinacei (478 milioni) e vino (403 milioni). E gli occhi sono puntati sui principali paesi destinatari delle esportazioni: Germania e Francia seguite da Gran Bretagna e Stati Uniti.

Alcune tappe curiose: il 21 agosto è previsto l'attracco al porto canale di Cesenatico in concomitanza con la Festa del Mare; il 25 agosto alla Canottieri Ferrara di Pontelagoscuro con aperitivo in navigazione e il coinvolgimento dei buskers.



Poi a Bologna, l'1 settembre, il cibo di strada seguirà il filo conduttore delle soste sulla via Emilia ossia la pasta all'uovo, mettendo in scena assaggi di tagliatelle annaffiate con Pignoletto Docg e non solo, in collaborazione con l'Enoteca Regionale e Ais. Sul food truck, vera e propria cucina viaggiante, ci saranno invece gli chef dell'Emilia-Romagna da Massimo Bottura a Gian Paolo Raschi e Paolo Teverini alle prese con specialità in chiave inedita. A Parma, neocandidata a «città creativa per la Gastronomia» dell'Unesco, l'appuntamento sarà il 6 settembre nei giorni del Festival del prosciutto di Parma. In vetta ci si troverà poi alla Diga di Ridracoli (Forlì) il 10 agosto per una spettacolare cena sul muraglione a cura di Slow Food; al centro il selvatico di pregio: carni di monta-

gna, funghi e sottobosco.

«Il viaggio si ricongiungerà il 18 settembre a Piacenza, dove un tempo i Farnese, grandi esportatori di prodotti verso le Fiandre — racconta il presidente di Chef to chef — erano soliti riunire agricoltori e commercianti. Quindi l'evento conclusivo a Milano il 21 alla Casa degli Atellani e Vigna di Leonardo, luogo prediletto dall'artista rinascimentale, vignaiolo e cuoco». Nella sede scelta da Confagricoltura per il fuori Expo, una serata all'insegna della biodiversità del presente e del futuro con cinquanta chef e i loro piatti simbolo da Rimini a Piacenza. Invitati saranno anche gli scienziati provenienti da ogni parte del mondo e riuniti dalla Regione Emilia-Romagna per la due giorni del World Food Research and Innovation Forum (22-

23 settembre al Padiglione Italia). «Vorremmo lanciare — spiega l'assessore regionale all'Agricoltura Simona Caselli — una piattaforma mondiale sui temi della ricerca e dell'innovazione, della salubrità degli alimenti e della loro accessibilità, forti della nostra rete di università e centri di ricerca e consapevoli che, oggi più che mai, il futuro dell'agricoltura mondiale passa dalla capacità che avremo di innovare tecniche produttive, agronomiche, di trasformazione e che l'Emilia-Romagna deve essere all'avanguardia nei processi».

Il percorso patrocinato dal Touring Club Italiano e da Expo 2015, terminerà sul Cardo il 22 settembre quando verrà tirata una sfoglia di cinquanta metri riempita con i ripieni e le fogge tipiche della propria città di provenienza. Tradizione e innovazione unite, «nell'ottica di valorizzare al meglio i nostri prodotti specie sui mercati internazionali, teatro di sfida decisiva per la crescita del nostro sistema agroalimentare».

Corrado Sorzini
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Negli Usa

L'accordo



Whole Foods sceglie il Parmigiano Reggiano per i suoi formaggi di punta

Rivalsa del Parmigiano Reggiano sulla concorrenza dei falsi. Come? Il prodotto emiliano-romagnolo sarà prodotto di punta per qualificare l'intera offerta di formaggi della distribuzione Usa, Whole Foods. Un accordo che rappresenta una risposta concreta per il mercato degli Stati Uniti contro le imitazioni. Imitazioni che, secondo il Consorzio, corrispondono a 100.000 tonnellate all'anno di «parmesan», immesso sul mercato e venduto come prodotto made in Italy.

«È un grande passo in avanti — sottolinea il direttore del Consorzio di tutela, Riccardo Deserti — non solo per rafforzare un trend di esportazioni in vertiginosa crescita nel primo trimestre 2015, ma soprattutto per rafforzare proprio il contrasto alle imitazioni, sul quale incideranno molto anche gli esiti dei negoziati Ttip».

I dati Istat parlano di un +74% delle esportazioni, ma il Consorzio già nei giorni scorsi parlava di circostanze eccezionali, come il rapporto di cambio euro-dollaro e l'esaurimento delle scorte, che si attenueranno nei prossimi mesi.

«I dati in crescita e l'esperienza di questi anni — osserva Deserti — confermano che la prima forma di contrasto alle imitazioni è proprio la conoscenza del prodotto originale, la cui presenza nelle catene distributive statunitensi, associata alle nostre azioni informative e a quelle effettuate dalle stesse catene, consente ai consumatori di prendere coscienza del massiccio ricorso a imitazioni ingannevoli cui è esposto».

Maria Centuori
© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'agenda

● 20 luglio
Alla Sala del Consiglio del Palazzo Centrale dell'Ateneo di Parma la firma dell'accordo sul «Progetto Biogenap» tra l'Università di Parma e il Cnr, Consiglio Nazionale delle Ricerche

● 20 luglio
C'è tempo fino al 20 luglio per iscriversi agli incontri con la delegazione di buyer provenienti da Singapore, Hong Kong, Thailandia e operanti nel settore agroalimentare organizzati il 19 e il 20 ottobre alla Camera di commercio di Reggio Emilia.

● 21 luglio
A Parma l'Unione parmense degli industriali organizza dalle 10 un incontro di presentazione dei Bandi regionali a sostegno dei progetti che prevedono attività di ricerca industriale, innovazione e sviluppo sperimentale in Strada al Ponte Caprazucca 6/a.

● 23 luglio
Alla Camera di Commercio di Parma, in via Verdi 2, presentazione alle 17 della nuova edizione di «Eccellenze in Digitale», il progetto organizzato da Google e Unioncamere

Stagione per stagione

Ovale, mini o molto zuccherina

L'anguria d'estate non passa mai di moda

di **Barbara Bertuzzi**

E anche terra d'anguria l'Emilia. «Sono i terreni argillosi e ricchi di potassio spesso in prossimità dei fiumi — dice Vanni Tisselli del Crpv di Cesena — a garantire standard qualitativi di eccellenza». E l'Anguria Reggiana, proprio in questi giorni, ha superato lo step nazionale per il riconoscimento dell'Igp in attesa del placet dalla Ue: sarà l'unica in tutta Europa a vantare il marchio di qualità.

Ciò che cerchiamo nella fetta più dissetante dell'estate è soprattutto il sapore (un mix tra grado brix-zuccherino, vitamine e sali minerali) unito a croccantezza, colore rosso vivo e bassa fibrosità. Da anni Crimson Sweet, forma ovale e striature verde scuro con l'interno tendente al rosso-rosato, è la varietà testimone del territorio (0,4-1,9 euro/kg nella Gdo-Grande distribuzione; fonte: Cso). Si sta tuttavia affermando la cultivar Bontà — forma rotonda, rosso più acce-

so e grado brix migliore — mentre è da tempo diffusa la precoce Asahi Myako, ottima al palato ma con buccia piuttosto sottile. Marcello Bonvicini a Santa Vittoria di Gualtieri, nella pianura reggiana, la coltiva da venticinque anni. Raccolge a maturazione naturale dai primi di luglio sotto l'occhio attento di una donna spiccatrice: «È la varietà nostrana. Quest'anno il suo grado zuccherino è al top: 14°» (Azienda agricola La Libertà, prezzi 1 euro/kg).

Falliti, fino a ora, tutti i tentativi di introdurre sul mercato italiano la tipologia a polpa gialla (lasciamola agli orientali, così attesta il consumo) come anche la «seedless — senza semi» (lasciamola a tedeschi e inglesi). Invece piace molto la Baby-mini anguria con peso che oscilla da un chilo fino a un massimo di tre (sullo scaffale da 0,8 a 1,5 euro/kg). La società agricola Malavasi che fa parte dell'Op La Diamantina (Ferrara) ne coltiva cinquanta ettari. La racco-



Il frutto
L'anguria o cocomero (Citrullus lanatus) è una pianta della famiglia Cucurbitaceae, originariamente proveniente dall'Africa tropicale. A oggi esistono più di 1.200 cultivar che producono frutti di peso variabile tra meno di 1 chilo e più di 90

glie in tunnel già a metà giugno, tipologia Cuore-dolce: «Gusto eccellente e polpa rosso fuoco-medio compatta con pochi semi — dice Marco Malavasi — C'è meno scarto ed è facile da consumare e trasportare. In più, contiene un quantitativo di licopene elevato rispetto alle angurie di dimensioni maggiori: intorno ai 90 mg/kg». Un risultato qualitativo raggiunto in collaborazione con l'Università di Ferrara. «La valorizzazione di questa potente sostanza antiossidante è una nostra esclusiva — e precisa — stiamo adesso lavorando per migliorare il nostro prodotto attraverso l'incremento del contenuto di altre sostanze nutraceutiche tra cui le vitamine».

Che ne sarà dunque del tagliatore di grandi fette nei chioschi? In molti sono pronti a scommettere: l'anguria maxi formato (ad es. cultivar Top Gun, la migliore) non passerà mai di moda.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ALLUMINIO
BRONZO
GHISA
OTTONE
RAME
PIOMBO

metalparma



METALPARMA s.r.l.

Via R. Tagliani, 32/A - (area ex salamini) 43122 PARMA

Tel. 0521 241296 - Fax 0521 487727

info@metalparma.it - www.metalparma.it



OPINIONI & COMMENTI

L'analisi

Adesso basta
macchiette:
il vino è cultura

SEGUE DALLA PRIMA

Qualcuno ci dica cosa ha da invidiare agli altri grandi vini dolci nazionali e internazionali. Il problema della «non riconoscibilità» immediata di un vino emiliano-romagnolo di qualità (ce ne sono anche da dimenticare di vini in regione, ed è giusto dirlo) è da rintracciarsi molto semplicemente in qualcosa che potremmo definire «non comunicazione», oppure «comunicazione errata». Altre regioni ci «credono» (molto) più della nostra. Il Trentino per esempio ha giocato sull'«unica regione che fa rima con vino». Un tempo, le Marche hanno tappezzato i treni italiani con il Verdicchio. La Sicilia è riuscita a fare accendere i riflettori internazionali del mondo enologico sui vini dell'Etna. In Franciacorta i produttori di nobili bollicine si sono consorziati, si muovono in blocco e sono presenti ovunque. Ora nell'immaginario la Franciacorta è sinonimo di qualità. A prescindere. L'Alto Adige si muove anche in maniera compatta. E l'Emilia-Romagna? Nelle fiere internazionali ho visto addirittura produttori di altre regioni rifare il verso agli emiliano-romagnoli per la loro cadenza dialettale. È tutto un pacca sulla spalla, una risatina e un beviamoci sopra. Credo che 1) i produttori, per primi proprio loro, dovrebbero prendersi un po' più sul serio (c'è, per carità chi lo fa e chi lo fa si stacca dal gruppo), 2) dovrebbero provare a unirsi per lasciare un segno più profondo e crescere. C'è chi ci ha provato. Ma, mi si dice, senza risultati particolarmente efficaci. Della serie, ognuno pensa a trovare un pochino più di spazio per il proprio orticello. Vorrei fare un esempio sulla ristorazione in regione che funziona. Massimo Bottura ha tre stelle Michelin, questa è cosa nota. Accanto a lui sono cresciuti altri ristoranti che ora hanno ottenuto la stella. Al punto che, non molto tempo fa a Modena, nell'arco di poche centinaia di metri, c'era un totale di 5 stelle. E il mondo lo sapeva e lo sa ancora. Bologna ci sta provando, ma buttando tutto insieme nel pentolone, senza differenziazione alcuna, fra qualità e non qualità. Senza la cultura necessaria.

Helmut Failoni
helmut.failoni@rcs.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le lettere

vanno inviate a:

Corriere di Bologna
Via Baruzzi 1/2,
40138 Bologna
e-mail: lettere@
corrieredibologna.it
Fax: 051.3951289
oppure a:
andrea.rinaldi@rcs.it
mdeggiesp@gmail.com



Il controcanto di Massimo Degli Esposti

LA «GRIFFE» DEI BONOMI PUÒ FAR BENE AL MARCONI



Chi ha un minimo di memoria storica è certamente in grado di apprezzare il significato di un nome, quello di Bonomi, nell'azionariato forte di Aeroporto di Bologna. A chi non l'ha, per distrazione o per età, val la pena di ricordare che i Bonomi furono un tempo, dopo gli Agnelli, la famiglia più potente d'Italia. Con la loro Bi-invest, guidata da «lady finanza» Anna Bonomi Biolchini, furono padroni di Montedison, Fondiaria, Mira Lanza e dominus praticamente di tutti i salotti buoni della finanza Milanese. Li «fregò» soltanto il mana-

ger Mario Schimberni che nell'85, con un blitz rimasto negli annali, scalò la holding in Borsa soffiando loro tutto l'impero. Ma l'eclissi è durata solo una ventina d'anni, giusto il tempo necessario perché la terza generazione, Andrea Bonomi appunto, si facesse le ossa in giro per il mondo e dalle ceneri di Bi Invest riedificasse un piccolo nuovo impero come l'attuale Investindustrial. A Bologna tutti lo conoscono per il passaggio al vertice di Ducati. Ma nel frattempo, e immediatamente dopo, il finanziere ha continuato a incidere sugli assetti industriali

Piazza Affari

di Angelo Drusiani

Nella calda estate la sorpresa di Emak



Nonostante la forte calura e umidità, a Reggio Emilia c'è una società che sorride. Emak spa è attiva nella produzione di soffiatori, rasaerba, motoseghe e decespugliatori, molto usati in questo periodo. Anche componenti e accessori come testine e affilatori fanno parte dell'ampia produzione dedicata al giardinaggio e settore forestale. L'azienda non trascura il comparto agricolo, dove è presente con pompe volumetriche a membrana e componenti per macchine da irrorazione e diserbo. Per il settore specificamente industriale, Emak produce pompe a pistone, idropultrici e troncatore. La società nacque nel 1992 dalla fusione di Oleo-Mac e Efcò. Il gruppo ha chiuso il 2014 a quota 354,7 milioni di euro di fatturato con un Ebitda di 31,4 milioni e un utile netto di 10,185 milioni. Matteo Zardoni, di Banca Albertini Syz, analizzando il primo trimestre di quest'anno ne valuta positivamente l'andamento. Grazie al miglioramento ulteriore sia dell'utile operativo, dell'utile netto e del fatturato in aumento di circa il 3%. In leggero

peggioremento la posizione finanziaria netta a 107,7 milioni di euro, dovuto soprattutto al maggior assorbimento del capitale circolante. Emak vende per il 71% in Europa, 19% nelle Americhe e 10% in Asia. Il fatturato per area di business vede giardinaggio al 47%, pompe ad alta pressione al 25% e componenti e accessori per agricoltura e silvicoltura al 28%. A Piazza Affari dal 1998, l'azione tratta a valori interessanti: circa 12,5 volte gli utili sul 2014 e sotto le 10 volte l'utile atteso per il 2015. Inoltre, prosegue Zardoni, considerando la posizione finanziaria netta il titolo tratta a 7,7 volte Enterprise value/Ebitda sull'anno 2014 previsto in calo a circa 6 volte nel 2015. Un'avvertenza merita la limitata liquidità del titolo. Il 7 agosto prossimo verranno presentati i dati del primo semestre 2015 e si sapranno maggiori dettagli sull'acquisizione dello scorso aprile di Lemasa, società brasiliana tra i leader in Sud America nella produzione di pompe ed impianti ad altissima pressione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'intervento

La ripresa dell'economia e il rilancio
dell'occupazione? Solo con ricerca e sviluppo

SEGUE DALLA PRIMA

In primo luogo, sullo sfondo di questi interventi c'è un forte richiamo al contesto produttivo e occupazionale generale; sono convinta che deve nascere, da questi progetti, una spinta a ritornare ai livelli di quasi piena occupazione tipici della nostra regione; per questo ci sarà grande attenzione al comportamento delle imprese su questo punto. In secondo luogo, i bandi saranno uno strumento di rafforzamento competitivo dei settori chiave dell'Emilia-Romagna, identificati nella strategia regionale di specializzazione. E, infine, saranno l'occasione per promuovere una forte collaborazione tra laboratori di ricerca e imprese, con una forte finalizzazione alla ricerca di nuovi prodotti, servizi, sistemi di produzione.

Il primo bando si rivolge ai laboratori di ricerca della Rete

regionale. Si richiede che i laboratori sviluppino una tecnologia abilitante e trasversale, promuovano - attraverso il trasferimento tecnologico - le possibilità applicative di questa tecnologia attraverso attività di divulgazione e dimostrazione, collaborino con almeno due imprese della regione nello sviluppo di possibili applicazioni produttive.

Ricercatori e tecnici delle imprese lavoreranno fianco a fianco per gran parte del progetto. Si tratta di progetti in cui si richiede un elevato contenuto tecnologico e che siano in grado di promuovere significativi avanzamenti tecnologici e processi di diversificazione nel nostro sistema industriale.

Parallelamente, c'è il bando per progetti di ricerca e sviluppo realizzati dalle imprese. Questi saranno più vicini al mercato, pur restando a livello pre-competitivo. Si parte dalle

competenze già possedute dalle imprese e dalla loro visione del mercato, ma sarà necessaria la collaborazione con centri di ricerca anche in questo caso.

Elementi salienti di questi progetti, oltre alla collaborazione con i centri di ricerca, sono la forte spinta all'assunzione di giovani laureati nella ricerca e sviluppo e la realizzazione di prototipi o dimostratori per i quali deve essere evidente la futura strategia di mercato e/o il conseguente piano di investimento per l'industrializzazione del risultato. Insomma si stanno mobilitando le energie intellettuali dell'ecosistema regionale dell'innovazione per immettere nuova linfa, nuove idee e progetti nell'economia regionale, proprio in un momento in cui bisogna credere nelle possibilità di ripresa e di rilancio dell'economia.

E in queste strategie la Regione Emilia-Romagna ci crede, e lo sta dimostrando.

Palma Costi

assessore regionale
Attività produttive

© RIPRODUZIONE RISERVATA

del continente comprando e vendendo aziende in Italia, Gran Bretagna, Spagna. Ha dovuto ingoiare solo un rospo, nella sua Milano, cercando di inventarsi banchiere in sella alla Bpm. Da presidente di Piazza Meda e principale azionista con l'8,6% del capitale, cercò di trasformarla in Spa e assumerne il controllo, ma fu stoppato dall'allora onnipotente sindacato interno. Pochi mesi dopo, all'inizio del 2014, si dimise e subito cedette l'intera partecipazione, praticamente senza guadagnare un euro.

Tutto questo per dire che Andrea Bonomi non è uomo che investa in una società tanto per fare. Se ha deciso di puntare una fiche del 10% sul Marconi è sicuramente per due motivi. Primo, perché crede nelle prospettive di sviluppo dell'azienda. E questo dovrebbe confortare piccoli azionisti e cittadini ben più della spettacolare fiammata in Borsa nei primi giorni di quotazione. Secondo, perché deve avere un progetto a lunga scadenza già in testa, magari aspettando che gli azionisti pubblici decidano di privatizzare del tutto. Nel frattempo non starà alla finestra. Ma la sua esperienza, i suoi mezzi e i suoi contatti internazionali ai massimi livelli non potranno che aprire grandi opportunità di crescita al piccolo Marconi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Fatti e scenari

Nuove alleanze nell'ortofrutta
Nasce Mac Fruit Attraction
grazie alle fiere di Cesena e Madrid

L'aria di Rimini evidentemente fa bene al Macfrut ancora prima di respirarla. La famosa fiera ortofrutticola, dopo aver scelto la cittadina adriatica come cornice per la sua nuova edizione, adesso vuole pensare in grande e stringe alleanze oltreconfine. Cesena Fiera e la Fiera di Madrid hanno infatti dato vita a «Mac Fruit Attraction», nuovo marchio che mette insieme i due principali paesi produttori ed esportatori nel settore ortofrutticolo, con l'obiettivo di sviluppare eventi professionali di settore in mercati strategici. La prima edizione della fiera di «Mac Fruit Attraction» si terrà al Cairo dal 4 al 7 maggio 2016, come parte del Food Africa a seguito di un accordo raggiunto con Ifp Group, il più grande operatore fieristico nel Vicino Oriente e che quindi interesserà sia il Medio Oriente che il Nord Africa. Insomma sempre più grandi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



In mostra La precedente edizione di Macfrut a Cesena

Corriere Imprese si fa libro
È uscita la prima guida
La firma Luca Barbieri

Corriere Imprese diventa anche libro. Sono appena nate infatti le guide, decaloghi pronti all'uso per imprenditori o aspiranti tali, test per l'autoanalisi, nuove normative e scenari per leggere le opportunità del mercato. La prima uscita, curata dal giornalista del Corriere del Veneto Luca Barbieri, si chiama «Diventare imprenditori innovativi - Pmi, Partite Iva, startup, trend, strumenti e nuove leggi più un test per scoprire se sei pronto per il futuro». La guida avrà due versioni: formato ebook (epub), in vendita a euro 4,99 in tutte le principali piattaforme di distribuzione online; e formato cartaceo, in vendita a euro 9,90 su Corriere Store e sarà disponibile dal 7 luglio. Il sito di riferimento per tutte le informazioni è www.corriereimprese.it/guide.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CORRIERE IMPRESE

A cura della redazione
del Corriere di Bologna

Direttore responsabile:
Enrico Franco

Caporedattore centrale:
Gianmaria Cané

Editoriale Corriere di Bologna s.r.l.
Presidente:
Alessandro Bompieri
Amministratore Delegato:
Massimo Monzio Compagnoni

Sede legale:
Via Cincinnato Baruzzi, 1/2
40138 Bologna

Testata in corso di registrazione
presso il Tribunale
Responsabile del trattamento
dei dati (D.Lgs. 196/2003):
Enrico Franco

© Copyright Editoriale
Corriere di Bologna s.r.l.
Tutti i diritti sono riservati. Nessuna

parte di questo quotidiano può essere
riprodotta con mezzi grafici, meccanici,
elettronici o digitali. Ogni violazione
sarà perseguita a norma di legge.

Stampa:
RCS Produzioni Milano S.p.A.
Via R. Luxemburg - 20060 Pessano
con Bornago - Tel. 02.6282.8238

Diffusione: m-dis Spa
Via Cazzaniga, 19 - 20132 Milano
Tel. 02.25821

Pubblicità: Rcs MediaGroup S.p.A.
Dir. Communication Solutions
Via Rizzoli, 8 - 20132 Milano
Tel. 02.2584.1
www.rcscommunicationsolutions.it

Pubblicità locale: Speed Società
Pubblicità Editoriale e Digitale S.p.A.
Via E. Mattei, 106 - 40138 Bologna
Tel. 051.6033848

Poste Italiane S.p.A. - Sped. in
Abbonamento Postale - D.L.
353/2003 conv. L. 46/2004, Art.1,
c.1, DCB Milano

Supplemento gratuito al numero
odierno del
CORRIERE DELLA SERA
Direttore responsabile
Luciano Fontana

MRT
MUSEO RENATO TEBALDI

COSE BELLE
D'ITALIA



DRAKULA

...a settembre
arriva a Busseto!

4 e 5 Settembre 2015
Scuderie di Villa Pallavicino

0524 97870 - www.museorenatatebadi.it